**Цвик В. Л.**

**Журналист с микрофоном**

**М.: Издательство ДИДМНЭПУ, 2000. - 40 с.**

**Жанр: Учебное пособие**

**Год издания: 2000**

**С О Д Е Р Ж А Н И Е**

**Введение**

**Глава первая. Содержание и форма журналистских произведений**

**Глава вторая. Работа в службе новостей**

**Глава третья. Работа радиожурналиста в экстремальных условиях**

**Глава четвертая. Некоторые советы по подготовке тематических радиопрограмм**

**Глава пятая. Технические особенности работы радиожурналиста**

**Рекомендованная литература**

**Введение**

Журналист с микрофоном — это человек, который либо сообщает новость, либо ведет публицистическую передачу, задает вопросы собесед­нику, объясняет (комментирует) какое-то событие, явление, факт.

В том случае, когда передача идет прямо в эфир, нет места для редак­тирования текста, монтажа, исправления ошибок. Здесь единственный «инструмент» радиожурналиста — звучащее слово. Это — высший пило­таж, результат профессионального мастерства, особых способностей, специальных навыков.

Прямой эфир обладает высокой притягательностью, значительно уде­шевляет производственный процесс, то есть сулит идеологические и эко­номические дивиденды. Вот почему в последнее время (и особенно на коммерческих радиостанциях) широко используют подобную форму ве­щания. Не всегда это происходит достаточно эффективно. Нередко радио­эфир попросту засоряют пустяковыми разговорами с множеством языко­вых огрехов, а то и вовсе неграмотной речью. Следует признать, что пря­мой эфир — это не только способ вещания, но и сложное искусство, специфическое средство выразительности.

Иначе обстоит дело, когда у радиожурналиста имеется возможность предварительной фиксации своего материала. В этом случае заранее го­товят текст (литературную основу), подвергают его необходимому редак­тированию. Согласно творческому замыслу производится магнитная за­пись, которая соответствующим образом монтируется, иногда она допол­няется шумовым или музыкальным сопровождением. Материал обретает более или менее совершенную форму, причем в руках опытного журнали­ста и его технических и творческих помощников (звукорежиссера, звуко­оператора, звукооформителя, музыкального редактора и проч.) радиопро­изведение не утрачивает духа естественной непринужденности, сиюми­нутности и словно бы непредсказуемости результата, что обычно бывает в реальной жизни.

Человек с микрофоном, радиожурналист должен быть профессиона­лом, обладающим специфическими знаниями, владеющим особыми прие­мами работы, умеющим сделать так, чтобы живое человеческое слово за­звучало во всей своей красоте, глубине и образности; чтобы его собесед­ник «раскрылся», рассказал то и так, как это нужно в данном случае; что­бы слушатели поняли и почувствовали авторский замысел, основное со­держание, глубинную идею и тонкий подтекст журналистского произведе­ния. Давайте же попробуем разобраться в слагаемых профессионального мастерства радиожурналиста, человека с микрофоном, способного мыс­лить в категориях радио, то есть находить наилучшие пути передачи собы­тия с помощью звука.

Здесь следует напомнить, что в арсенале радиожурналиста три состав­ляющих: звучащее слово, музыка и шумы — четвертого не дано. Тишина, то есть отсутствие всяких звуков, может служить ярчайшим средством выразительности (и как часто, к сожалению, в наших материалах на радио и телевидении не хватает именно этого — точно выверенной паузы, даю­щей возможность осмыслить предлагаемый материал).

Шум — естественные беспорядочные звуковые колебания, сопровож­дающие почти каждое действие. Использование шумов позволяет создать эффект присутствия, иногда помогает достаточно точно обозначить место действия, что чрезвычайно важно на радио (в отличие от телевидения, где зритель все видит воочию).

Известный радиожурналист Юрий Гальперин в книге «Человек с мик­рофоном» с юмором описывает свою первую запись шумового оформле­ния репортажа. Дело было на железнодорожной станции. Вручив начи­нающему репортеру микрофон, оператор предупредил: далеко не ходите, пути рядом. Но Гальперин проявил самостоятельность и перешел первые полоски рельс. Натужно пыхтя и пофыркивая, приблизился маневренный паровоз. Машинист высунулся из окна и, видимо, не собирался украсить репортаж голосом локомотива. Закрыв ладонью микрофон, чтобы не вы­дать «секрета» своей работы, репортер закричал что есть силы: «Дядень­ка, погуди, погуди!» Машинист нырнул в будку, и тут же раздался басови­тый гудок. В этот момент за спиной Гальперина послышался стук колес длинного товарного состава. Журналист был счастлив: запись шумов уда­лась на славу. Почему же в автомобиле со звукозаписывающей аппарату­рой его встретили гомерическим хохотом? Гальперин нес микрофон с об­рывком провода, перерезанного составом, прошедшим у него за спиной. «Ну хоть что-нибудь записалось?» — робко спросил он. Оператор вклю­чил запись. В динамике зашипел, зафыркал паровоз, и, покрывая все шу­мы, зазвучал молящий голос: «Дяденька, погуди, погуди!»...

Музыка — мелодически выстроенные, «организованные» звуки. Му­зыку невозможно передать словами, но она создает поэтический мир об­разов, воздействует на эмоциональное восприятие материала. Музыка может украсить любое журналистское произведение, но она не должна служить элементом украшательства. Использование той или иной мело­дии в каждом случае должно быть осмысленным и оправданным. Здесь все играет роль: и громкость, и характер музыки, ее аранжировка, звуча­ние струнных, духовых и прочих инструментов, их солирование или орке­стровое исполнение. Вот почему существуют особые профессии музы­кального оформителя и музыкального редактора. Но при этом журналист должен знать характер музыкального оформления, уметь подсказать, рас­толковать цель и задачи звукового содержания его сценария.

Слово, вербальный текст — не просто главный, но единственный ин­струмент радиожурналиста для передачи основного содержания, мыслей, идей; это осмысленный звуковой ряд, форма речевого общения, может быть, самая распространенная и, скорее всего, древнейшая знаковая сис­тема.

Только что мы говорили о музыке, располагающей всего семью нота­ми, звучащими в восьми октавах, и сколько же чудесных мелодий создано и еще будет создано при помощи столь ограниченных средств! Что же го­ворить о неисчерпаемых возможностях языка с его огромной лексикой (в Словаре русского языка Ожегова более 60 тыс. слов, в Словаре иностран­ных слов — около 20 тыс., а в обычном орфографическом словаре — от 120 тыс. и более слов); добавьте сюда грамматические и синтаксические возможности, интонационное богатство речи! Звучащим словом радио­журналист описывает события, характеры и внешний облик героев, пере­дает основную мысль произведения. Это сложное искусство, требующее и природных данных, и серьезной учебы, и постоянных напряженных тре­нировок. Овладение секретами профессионального мастерства лучше всего начать с обобщенного анализа содержания и формы журналистских произведений.

**Глава первая.**

**Содержание и форма журналистских произведений**

Отправляясь на задание, журналист старается представить себе (смо­делировать) свой будущий материал — и это не признак нетерпения, а не­обходимая подготовительная работа, помогающая автору запастись всей информацией, требуемой для создания журналистского произведения. Без такой внутренней подготовки, приехав на объект, вы будете растерянно озираться по сторонам, не зная, на что обратить внимание, у кого и о чем спросить.

Возвратившись с события, в тех случаях, когда нет необходимости вый­ти в прямой эфир, оперативно передать материал в редакцию, сразу же «наговорить» его на магнитную ленту, журналист придвигает к себе стоп­ку бумаги, склоняется над клавиатурой пишущей машинки или персональ­ного компьютера и напряженно ищет нужные слова, как правило, интуи­тивно выбирая жанр (если он не обусловлен редакционным заданием), соответствующие изобразительно-выразительные средства, форму своего повествования. А поскольку выбор необходимых средств происходит на уровне подсознания, то, может быть, нет нужды вдаваться в теоретиче­ские сложности изучения профессионального мастерства? Хороший рас­сказчик любое повествование строит увлекательно, скажете вы.

Так-то оно так. Но вот простейшая аналогия. Когда мы ходим, разве задумываемся над последовательностью работы различных мышц, что не мешает ходить медленно или быстро, вразвалку или строевым шагом. Впрочем, нет, маршировать учат в строю, парадный шаг есть результат многодневной муштры. А попробуйте заняться спортивной ходьбой да еще поставьте цель добиться рекорда. Сразу понадобится точное знание «ме­ханизма» ходьбы (спортсмена снимают на видеопленку и затем, используя замедленное — покадровое — воспроизведение, тщательно анализируют каждый шаг, движение с каждой ноги и даже каждой отдельной мышцы с целью найти резервы, оптимизировать процесс движения во имя рекорд­ного результата). Но мало знать, понимать, определить — следует еще выработать навыки, что достигается длительными тренировками.

Все это напрямую относится и к журналистскому труду. Прежде, чем вам удастся без видимых усилий создать удачное журналистское произве­дение, следует внимательно разобраться во всех тонкостях, составных частях того, что станет результатом вашего творчества.

Мы уже знаем, что главная цель журналистского труда состоит в пере­даче информации (коммуникативный акт). Человек может выразить мысль, идею, образ наиболее точно и недвусмысленно посредством слова. Спе­циально организованный словесный ряд становится текстом журналист­ского произведения или его литературной основой.

**Литературная основа** — необходимая и достаточная часть в печатной периодике. Некоторые газетно-журнальные материалы сопровождаются фотографиями, рисунками или другими иллюстративно-графическими материалами, но это вспомогательные элементы. В соответствии с из­бранным жанром в печатной периодике литературной основой журнали­стского произведения как раз и является статья, очерк, фельетон или ре­портаж, помещенные в газете, журнале, альманахе. На радиовещании литературная основа обретает звуковое воплощение, а на ТВ к этому до­бавляется изображение. Но для любого журналиста, в каком бы средстве массовой информации он ни работал, какому бы роду журналистики себя ни посвятил, основа основ — словесный (вербальный) ряд, авторский текст (потому и называется *«литературная основа»).* В свою оче­редь, надежным фундаментом журналистского произведения является са­ма жизнь со всем ее неисчерпаемым разнообразием людей, событий, идей, явления, фактов.

**Жизненный материал** — это социальная реальность, изученная авто­ром и положенная в основу журналистского произведения. Реальность всегда неизмеримо богаче литературной основы, журналистского текста. Один из важнейших секретов профессионального мастерства — умение выбрать из всего многообразия реального мира только то, что необходимо в данном журналистском материале (как у скульптора: берет глыбу мра­мора, отсекает все лишнее, получается Венера Милосская...) В сущности, проблема выбора события, героя, детали, определяющего слова и т.д. — основная в журналистской профессии. Всю жизнь автор стоит перед вы­бором и насколько удачно он решает эту проблему, настолько эффектив­но его творчество.

С какими же мерками подходит журналист к жизненному материалу, на чем основывает свой выбор? Чрезвычайно важны здесь избранные (или заданные) тема и идея произведения.

**Тема** (греч. *Шета —* положение, о котором рассуждают) — предмет изображения. Это также вопрос, выделенный автором как самый главный для данного материала.

**Идея** (греч. *1аеа —* понятие, представление) — основная мысль про­изведения, выражение авторской позиции. Идея может предшествовать изучению жизненного материала, она фокусирует взгляды автора на дей­ствительность, определяется его нравственными убеждениями, вкусами и пристрастиями.

Если говорить упрощенно, тема — это о *чем,* а идея — *зачем.* Так же, как жизненный материал шире литературной основы, так тема шире идеи. Одной и той же теме могут быть посвящены различные журналистские произведения, но идея у каждого из них будет своя.

Иногда тему журналистского произведения автору подсказывает ок­ружающая обстановка, происходящие события или люди, о которых он хочет рассказать, их дела и поступки. Чаще журналист ищет героев в со­ответствии с избранной (или заказанной редакцией) темой. В любом слу­чае, запомним, что в журналистике, как и в литературоведении, централь­ные, главные действующие лица произведения называются *героями.* Лю­ди, окружающие центральную фигуру, *-персонажами.*

Как и в литературе, в журналистском произведении герой не обяза­тельно должен быть всецело положительным, так сказать, образцово-по­казательным, идеальным. Вспомните главного героя шолоховского «Ти­хого Дона» — сколь противоречива мятущаяся натура Гришки Мелехова! И у героев журналистских материалов отнюдь не у всех на груди сияют Золотые Звезды. В жизни редко бывают одноцветные — только белые или только черные — явления, события, факты; и столь же редки однопо­люсные — положительные или отрицательные — люди. Однако если цен­тральной фигурой вашего материала становится безусловно отрицатель­ная личность, называть его героем нельзя даже в литературоведческом смысле. Отрицательные образы — это всегда персонажи. Поэтому вы ни­когда не скажете «Главным героем статьи «Изувер» в газете «Мегапо­лис-Экспресс» является маньяк-убийца». Подобная фраза не просто не­грамотна, это нонсенс.

Но вот завершился первый этап журналистской работы — сбор ин­формации. Жизненный материал изучен, определены тема и идея, ото­браны герои и известны все персонажи будущего произведения. С *содер­жанием* все ясно. В какую *форму* выльется накопленный материал? Это, может быть, одна из важнейших составляющих журналистского мастер­ства — найти форму произведения, адекватную его содержанию. Особое значение здесь имеет композиция.

**Композиция** (лат. *compositio —* сочинение, составление, связь, со­единение) — закономерное построение произведения, гармоничное соот­ношение отдельных его частей (компонентов), образующих единое целое. Композиция — это принцип организации отображаемого автором мате­риала. Обычно она обусловлена темой и идеей, представляя собой такое соединение отобранных событий и фактов, которое раскрывает их глу­бинную связь и выражает позицию автора. С помощью композиции автор располагает материал в последовательности, соответствующей авторско­му замыслу, не дает угаснуть интересу аудитории, фокусирует ее внимание на главном, подводит к необходимым выводам.

Работая над композицией, журналист находится в определенной зави­симости от **фабулы** (лат. *fabula —* басня, рассказ) — той цепи событий, о которой повествуется в материале. В документальном произведении фа­була не зависит от автора, это данность, то, что было на самом деле. Ис­ходя из фабулы, журналист выстраивает сюжет своего произведения.

**Сюжет** (фр. *зц/е! —* предмет) — ход повествования, способ раскрытия (и развития) темы на основе ее драматургии.

Мы еще вернемся к рассмотрению сюжета, его компонентов, но сей­час следует сказать о новом понятии, возникшем при определении сюже­та, настолько важном, что без него, по сути, невозможно создание ни од­ного сколько-нибудь интересного и увлекательного, соответствующего правде жизни и привлекающего внимание аудитории, журналистского произведения. Речь идет о драматургическом осмыслении жизненного ма­териала.

**Драматургия** (греч. *агатаШгуа —* искусство построения произве­дения) — это способ организации жизненного материала, в ее основе всегда лежит *конфликт —* столкновение двух противоположных начал:

положительного и отрицательного, добра и зла, благородства и подлости, правды и лжи, чести и бесчестия, жизни и смерти, белого и черного... этот ряд бесконечен, как безгранично разнообразие материального и духов­ного мира. В сущности, это и есть жизнь, ее диалектика: постоянное столкновение различных — противоборствующих — начал, их преодоле­ние, стремление к идеалу, его недостижимость — и... новое стремление. Жизнь — движение. Движение — процесс. Движущая сила любого про­цесса — преодоление пространства, времени, энергии, мысли...

Умение определить конфликт как движущую пружину общественного развития, человеческих поступков, различных явлений природы и на основе этого конфликта драматургически выстроить свое произведение — вот один из главных секретов профессионального мастерства журналиста, ли­тератора, художника, артиста. Все эти профессии роднит творческое от­ношение к осмыслению реальной действительности. Для журналиста та­кой подход к документальному материалу как раз и выявляется в значи­тельной мере в композиционном своеобразии его материалов.

Конфликт, лежащий в основе драматургии, поможет вам превратить фабулу (реальную последовательность событий) в стройный сюжет (худо­жественно организованное повествование об этих событиях). Из литера­туроведения известны составляющие части сюжета:

*экспозиция —* своеобразный пролог;

*завязка —* начало действия;

*развитие действия —* более или менее подробное повествование о происходящих событиях;

*кульминация —* высшая точка развития действия (здесь движущая пружина сюжета «сжимается» до предела, все герои и события соедине­ны как бы в единый фокус с тем, чтобы в результате решающего дейст­вия, поступка, события количество перешло в качество, наметилось раз­решение конфликта);

*перипетии —* события, ведущие к развязке;

*развязка —* конец, завершение конфликта, действия;

*эпилог* — краткое повествование о последующих событиях.

Те или иные элементы сюжета могут быть опущены в журналистском произведении, их последовательность может меняться. Все зависит от ав­торского замысла. Предположим, вы начинаете свой материал непосред­ственно с кульминации — важнейшего момента и только потом расскаже­те, как развивались события, приведшие к подобному завершению. Сю­жет — не композиционная формула, незыблемая по своим канонам, но инструмент творчества, который в умелых руках дает замечательные ре­зультаты. На первом этапе будет достаточно, если вы сможете определять сюжетные ходы в чужих (да и своих) журналистских материалах. Со вре­менем вы научитесь виртуозно играть на этом «инструменте». А мелоди­ческая, эмоциональная, смысловая окраска ваших материалов будет дос­тигаться при помощи *языка и стиля,* также чрезвычайно важных компо­нентов формы.

Выше мы упомянули безграничные возможности вербального текста, овладение которыми не только позволяет точно описывать события, ха­рактеры, внешний облик и внутренний мир героев, но и проявить собст­венную индивидуальность, сделать авторский материал узнаваемым, ни на кого другого не похожим. Не здесь ли начинается персональная из­вестность журналиста, не в этом ли истоки его популярности? Недаром говорят: стиль — это человек.

Ознакомимся со стилистическими приемами, художественными тропа­ми, наиболее часто встречающимися в литературной речи.

**Троп** — это способ выражения, речевой оборот, образ. Следует уметь различать и использовать в своих материалах такие, например, тропы:

*Сравнение —* сближение двух различных явлений с целью пояснения одного другим. Например: глаза, как звезды. И сразу понятно: глаза у героини яркие, лучистые, глубокие, притягательные, влекущие и т.д. Так что, как видим, использование тропов, кроме всего прочего, сулит еще и экономию слов.

*Эпитет —* поэтическое определение. Не путать с обычным прилага­тельным. Если вы скажете «наручные часы», первое слово здесь — при­лагательное. В словосочетании «роковые часы», безусловно, использо­ван эпитет, который, впрочем, может быть не только прилагательным, но и именем существительным: *бродяга-вегер, девочка-березка.*

*Метонимия, синекдоха, литота* и *гипербола* предполагают заме­щение одних понятий другими.

*Метонимия —* замещение двух или нескольких понятий одним. У Пушкина «Все флаги в гости будут к нам». Понятно, что речь идет о при­бытии в петровскую Россию кораблей под флагами разных стран. При помощи метонимии будничное понятие выражено емко, поэтично, образ­но.

*Синекдоха —* обозначение части вместо целого. У Гоголя: «Все спит — и человек, и зверь, и птица». Речь, разумеется, идет о спящих людях, зверях, птицах. Но единственное число вместо множественного усиливает восприятие. Или, скажем, журналисты говорят: «Читатель этого не пой­мет», имея в виду отнюдь не какого-то единственного читателя. Синекдоха в данном случае подчеркивает индивидуализированный подход к аудито­рии, которая, между прочим, тоже может сказать что-нибудь вроде: «Ну и автор (журналист) пошел нынче...»

*Литота —* замещение в сторону уменьшения.

*Гипербола —* замещение в сторону увеличения.

У Гоголя в одном предложении использованы и литота, и гипербола:

«Тот имеет отличного повара, но такой маленький рот, что и крошка не проедет, а у другого рот с арку Генерального штаба, а обедает в кухми­стерской...»

Наконец, *метафора —* наиболее важный в арсенале изобразитель­ных средств художественный троп: образное сближение слов на базе их переносного значения. У Пушкина: «Горит восток зарею алой». Ясно, что речь идет не о пожаре. «Горит восток» — метафора. Еще пример — дву­стишие французского поэта Поля Элюара: «Тысячи птиц в когтистых капканах веток. Тысячи веток в когтистых капканах птиц».

Журналистам-политологам, международникам надо уметь также поль­зоваться *эвфемизмами* (от греч. *ей р1гет1 —* хорошо говорим) — более мягкими выражениями вместо грубых. Одно дело сказать: «Вы лжете!», и совсем другое: «Это неправда». Конечно, бывают случаи, когда не надо выбирать выражения, но, как минимум, представьте себя на месте того, о ком говорите.

Вообще-то, над языком своих произведений вы будете работать всю жизнь. Всю жизнь вы и ваши редакторы будете бороться со словесными штампами во имя незамутненного, ясного, легко воспринимаемого языка с убедительными сравнениями, яркими метафорами. Здесь мы предлагаем вам лишь первичные представления и самые простые советы, связанные с языком журналистских произведений.

Почему-то начинающие журналисты словно бы стесняются говорить просто и понятно. Им кажется, что они выглядят убедительнее, если ис­пользуют напыщенные, а подчас и заумные выражения. Автор знамени­того романа « 1984» Джордж Оруэлл в статье «О политике и английском языке» писал о журналистах, которые не выбирают слова по смыслу, а просто «нанизывают друг на друга длинные периоды, уже установленные в этом порядке кем-то другим». В качестве иллюстрации Оруэлл взял от­рывок из Библии и «перевел» его на современный английский. Сравните:

*Я вернулся и. увидел, что под нашим солнцем победа в беге дос­тается не самым быстрым, а в битве не самым сильным, хлеб по­лучают не самые мудрые, а богат­ство не люди с пониманием; уме­ние работать не приносит благ; все и вся зависит от времени и везения.*

***Екклесиаст. Гл. 9. Ст. 11***

*На основе объективного изуче­ния современных явлений неизбеж­но напрашивается вывод, что успех или неудача в конкретных видах деятельности не выказывает тен­денции к соразмерной зависимости от внутренних возможностей, но что неизбежно приходится в зна­чительной мере принимать во вни­мание элемент непредсказуемости.*

***Дж. Оруэлл. Политика и английский язык***

Это пародия, но она не далека от истины. Возьмите свежий номер га­зеты, вслушайтесь в очередной выпуск радио- или телевизионных ново­стей и вы обязательно встретите литературные штампы, столь затертые от частого употребления, что они уже либо вовсе не воспринимаются ау­диторией, либо как раз и воспринимаются как пародия и ни что иное. «Вооруженная *до зубов* полиция», «затишье перед бурей», «убитый го­рем», «леденящие кровь подробности»... Если влюбленный, то по уши. Если движение вперед, то семимильными шагами. «Свет в конце тонне­ля», «супружеские *узы», «море* крови», *«бразды,* правления», *«крис­тально* чист», «спрятать под сукно», «буря в стакане воды», «ходячая энциклопедия»... другие примеры найдите сами.

Чрезвычайно важно *начало* любого журналистского материала. В за­падной журналистике первая фраза заметки, статьи, видеосюжета назы­вается *лид —* от слова «лидер» (первый, ведущий). Действительно, про­читав, услышав «лид», читатель, слушатель, зритель принимает решение, читать ли (слушать, смотреть) ему дальше.

Первая фраза рождается обычно в творческих мучениях. «Лид» мож­но назвать удачным, если в нем ясно излагается основная информация, причем так, чтобы это не было похоже на другие сообщения той же тема­тики. «Лид» должен оказывать максимальное воздействие при минимуме слов. Здесь не должно быть места второстепенным деталям, общим или абстрактным фразам, расплывчатости, путанице в хронологии событий. Вот пример репортерского мастерства, выдержавший испытание време­нем благодаря «лиду»; он приводится в западных учебниках журналисти­ки, начиная с 1917г.:

*«ПАРИЖ. Мата Хари, что на яванском языке означает «утрен­ний глаз», мертва. Она была расстреляна как шпионка отрядом зуавов в Венсенской казарме. Она умерла, в буквальном смысле, гля­дя смерти прямо в глаза, ибо не позволила, чтобы ей, как принято перед казнью, закрыли глаза повязкой».*

И еще одно замечание о языке. Из школьного раздела по синтаксису вы знаете о прямой и косвенной речи. Все это имеет отношение и к пе­чатной периодике, но для журналистов, работающих на радио, удобнее говорить об авторском тексте и речи героев и персонажей, потому что, в сущности, и то, и другое — прямая речь, переданная в эфир или записан­ная на магнитную ленту. Разница между речью героев и авторской речью, прежде всего, в стилистике. Никогда не старайтесь «причесать», «олите­ратурить» слова человека, приглашенного к радиомикрофону. Его речь должна быть предельно индивидуализирована, в ней вполне допустимы синтаксические погрешности, специфические словечки и даже профес­сиональный жаргон (впрочем, понятный всем, иначе его нужно объяснить радиослушателям).

Журналистский текст, как правило, отличается хорошим литератур­ным языком, образной речью. Здесь неуместны канцеляризмы, сленг, не­нормативная лексика. Впрочем, в каждом отдельном случае, в каждом конкретном материале язык выполняет свои особые функции, полностью зависит от темы и идеи произведения и от индивидуальности автора. По­говорим об этом подробнее (равно как и о других «секретах» профессио­нального мастерства) на примере подготовки радионовостей.

**Глава вторая.**

**Работа в службе новостей**

*Служба (отдел) новостей, редакция информации,* как правило *—* это то место, откуда будущий радиожурналист начинает знакомство с из­бранной профессией во время стажировки, производственной практики, в условиях внештатного сотрудничества.

Новоиспеченному дипломированному специалисту также нередко вна­чале предлагают репортерскую работу. Для некоторых она становится де­лом жизни, и кто бы что ни говорил о профессиональном росте, карьере, иерархии жанров от документальных к художественным, в репортерской работе есть своя поэзия, огромная притягательная сила, истинное твор­ческое начало, наконец, повод для журналистской гордости и чисто чело­веческое удовольствие от постоянной погони за новостью, от ежедневных встреч с десятками интересных и достойных людей, от осознания, что имен­но ты сообщаешь множеству слушателей то, чего они еще не знают, но хотели бы узнать, непременно должны узнать, так как без них жизнь бу­дет неполной...

*Репортеры —* основной костяк службы новостей. Они следят за раз­витием событий, берут интервью и ведут репортажи. Предъявляемые к репортерам требования включают умение точно выстроить сюжет, на­стойчивость, оперативность в работе, а главное — умение использовать специфические изобразительно-выразительные средства радиовещания, находить наилучшие пути передачи сути события с помощью звука.

Как сами репортеры узнают о различных новостях? Откуда они черпа­ют информацию?

Прежде всего отметим два типа новостной информации, два ее уровня: *общенационального* (в России лучше говорить — федерального) мас­штаба и *местные* новости (в Москве — столичные, в субъектах Федера­ции — региональные)

**Поставщиками новостной информации федерального уровня,** преж­де всего, являются *информационные агентства:* ИТАР-ТАСС, РИА-«Новости», «Интерфакс», «Пост-фактум» и другие. 24 часа в сутки они передают клиентам (в том числе радиостанциям-подписчикам) текстовые сообщения, поступающие либо на телетайпную ленту, либо на принтеры или цифровые носители. Эти сообщения отражаются на дисплее компью­тера в виде меню. Некоторые компьютеризированные системы автомати­чески сортируют полученную информацию, выдавая тематические списки, позволяющие редактору быстро оценить имеющийся материал.

Понятно, что радиостанции нуждаются не только (и даже не столько) в текстах, но и в аудиозаписях. Поэтому некоторые агентства по специаль­ным каналам или линиям передают аудиоматериалы, которые записыва­ются на пленку на специально выделенном магнитофоне (в редащиях, ос­нащенных аналоговым оборудованием), либо сгружаются на цифровой жесткий диск.

Некоторые коммерческие станции используют в радиопередачах теле­визионный звуковой ряд, что позволяет им не посылать корреспондента к месту события. Подобный метод работы следует согласовать с владель­цем эксклюзивной информации, то есть с конкретной телекомпанией. Впрочем, известны и прямо противоположные примеры: интервью с круп­ными политическими деятелями в прямом эфире радиостанции «Эхо Мо­сквы», как правило, снимают представители всех ведущих телекомпаний, и эти материалы нередко составляют главную сенсацию телевизионных выпусков новостей. Взаимовыгодное сотрудничество, обмен оперативной информацией между различными СМИ — важный резерв расширения «информационного поля», повышения оперативности в работе любой но-востной редакции.

**К источникам местных новостей** принадлежат местные органы вла­сти: здесь имеются собственные пресс-службы, с которыми следует под­держивать связь. Правоохранительные органы, пожарная часть, скорая помощь — все эти службы так же нуждаются в прессе, как пресса нужда­ется в них. Часто такого рода службы записывают оперативную информа­цию на автоответчик по номеру, известному только журналистам. Иногда репортеры оснащены мобильными радиостанциями, настроенными на со­ответствующую волну, что позволяет им узнавать о различных ЧП одно­временно со службами 01, 02, 03 и оказываться на месте происшествия подчас раньше милиции и пожарников. Мобильные телефоны не только позволяют оперативно сообщить о событии в редакцию, но при необхо­димости выйти в прямой эфир.

Заслуживающие внимания новости могут появляться в коммунальных службах. Еще один источник информации — пресс-релизы, но в боль­шинстве случаев радиожурналисты нуждаются в контактах с лицами или организациями, выпустившими пресс-релизы, для уточнения подробнос­тей, проведения интервью и пр.

Не следует пренебрегать и такими источниками новостей, как все дру­гие СМИ, сообщения радиослушателей, общение с коллегами, контакты с лоббистскими группами партий и общественных движений, финансовых и промышленных компаний. Местные новости могут черпаться из многих источников. Но когда новость в ваших руках, задайте себе два вопроса: можно ли полагаться на источник, актуальна ли новость? При положительном ответе можно приступать к работе, для начала еще раз проверив и перепроверив достоверность информации.

**Планирование и подготовка новостной информации** осуществляется в редакции (службе новостей), куда стекаются все материалы: пресс-ре­лизы, письма, телефонограммы, «наводки», проверенные и непроверен­ные факты. Очень важно, чтобы существовала система оценок поступаю­щим сведениям для распределения их по назначению или сохранения с целью последующего использования. Некоторые службы новостей ведут специальный редакционный дневник, в который в письменной или элек­тронной форме загодя заносятся события, ожидаемые на тот или иной день.

Ночной редактор, готовящий утренний выпуск новостей, составляет список предстоящих, ожидаемых событий. С началом рабочего дня вы­пускающий редактор оценивает важность освещения различных событий с учетом имеющихся ресурсов. Неоперативные материалы могут быть со­хранены для использования в те дни, когда оперативных новостей мало. Затем проводится летучка, в ходе которой каждому корреспонденту дает­ся задание и определяется срок сдачи материала. Его также инструктируют о форме подачи материала: только текст, интервью или репортаж с аудио-вставками. Если редакция располагает собственной справочной службой, здесь корреспондент может получить сведения об объекте освещения, до­сье на человека, у которого он будет брать интервью.

Планируя работу репортеров, нельзя забывать о вероятности экстрен­ных происшествий, которые потребуют спешного переключения на дру­гой объект.

После того, как редакционные корреспонденты разъедутся на задания, редакторская группа приступает к эфирной подготовке материалов собст­венных корреспондентов, специфика работы которых требует тематиче­ской универсальности, умения высветить или даже создать информацион­ный повод, наконец, суметь поднять местную новость до общефедераль­ного уровня.

**Оформление новостных сообщений** — особая забота автора-коррес­пондента и редактора. Простейшей формой новостного сообщения, как вы знаете, является **текст,** написанный для диктора, ведущего информа­ционную программу. Однако выпуск новостей на одном дикторском тексте звучит слишком однообразно. Для оживления применяются такие формы, как:

**Интервью** — беседа журналиста с компетентным человеком. Напри­мер, если в выпуске идет материал о позиции компартии по какому-либо политическому вопросу, радиожурналист может узнать мнение лидера «Яблока». Программу правительства прокомментирует отставной пре­мьер-министр. Столкновение различных мнений поможет слушателям со­ставить собственное представление о данной проблеме.

**Комментарий журналиста —** менее эффективная перебивка диктор­ского текста, чем интервью, но она может быть использована, если дик­торский текст содержит слишком много информации. Обычная продолжи­тельность таких перебивок на станциях Би-Би-Си не превышает 40 се­кунд, на коммерческих станциях и того меньше. Отечественное радиовещание пока не достигло такого лаконизма, но безусловно стремится к этому. И в том, и в другом случае журналистский комментарий отличается серьезным анализом проблемы, компетентностью автора.

**Звуковые вставки** — это короткие врезки любого вида от реплик уча­стников события до шума толпы, скажем, во время рассказа об уличных демонстрациях или митингах.

**Репортаж,** в ходе которого рассказ журналиста прерывается записан­ными на месте высказываниями участников события, иногда называют *«пакетом».* Это отличный способ драматургического построения мате­риала, возможность представить на суд слушателей различные точки зре­ния.

Один из создателей радиостанции «Маяк» и телевизионной програм­мы «Время» Ю.А. Летунов, вспоминая, как учился искусству радиоре­портажа у опытного репортера Н.И. Таубе, рассказывает: «Я предложил для журнала «Новости недели» репортаж о самодеятельности московско­го завода им. Лихачева. Чтобы не попасть впросак, посидел в библиотеке, сделал заготовки, добросовестно выписав фразы-штампы типа «на празд­нично украшенной сцене», «аплодисментами наградили зрители...» Нико­лай Иванович внимательно прочел сценарий, похвалил автора, но, вклю­чив микрофон, заговорил обыкновенными, простыми, разговорными сло­вами. Он входил в репетиционные комнаты, а микрофон фиксировал «зву­ковую фотографию» того, что видели корреспонденты. Звучала музыка, слышна была репетиция пьесы, пение и, наконец, незатейливые, а пото­му достоверные рассказы участников о самодеятельности и о себе. Для меня это было предметным уроком. Я понял, что каждый раз надо искать и находить свой подход к теме, событию. Слушатель увидит это событие или факт таким, каким его представит репортер. Он — «хозяин события». Радиокорреспонденту приходится учитывать многое: и то, что событие обычно длится гораздо дольше, чем звучит в эфире репортерская запись, и то, что микрофон улавливает шум и все оттенки голосов. От мастерства, вкуса, трудолюбия журналиста зависит, что отобрать для репортажа, как построить его, как завладеть вниманием слушателя... Все свои знания, весь опыт радиорепортер тратит на оперативный репортаж-однодневку. Переведенный с магнитофонной ленты на бумагу, этот репортаж живет редко и без дополнительной работы для широкой аудитории интереса не представляет».

Но сколь захватывающими были радиорепортажи самого Юрия Летунова! Сколь мастерски он владел искусством звукописи! Вот уж кто умел сделать так, чтобы «словам было тесно, а мыслям — просторно». Ю.А. Ле­тунов утверждает: «Долгие годы работы на радио в информации приучают к краткости. В «Последних известиях» две минуты — это подвал в газете, четыре минуты — полоса. Оперативная работа с информацией вырабаты­вает определенный внутренний ритм. Каким-то непонятным чувством ты физически ощущаешь длинноту материала, а когда ведешь эфирный ре­портаж, то секунды кажутся минутами, а минуты — томительными часа­ми... Но редко кому из репортеров хроники удаются хорошие очерки, рас­сказы. А очеркисты не уживаются в информации, никак не могут уло­житься в две минуты. А ведь это целая страница текста!»

**Язык новостных сообщений** — это особенный язык. Радио — средство общения. Необходимо, чтобы вас поняли с первого слова. Неудачно по­строенная фраза, неясное выражение, нелогичная последовательность событий недопустимы в любом радиоматериале, но особенно — в выпуске новостей. Вы должны знать, о чем говорите, и доносить свои мысли пря­мо, просто и точно.

Нельзя превращать новость в скучное перечисление фактов. Если то, о чем вы рассказываете, вас не очень заинтересовало, вряд ли это заинте­ресует аудиторию, которая, безусловно, откликнется на ваш энтузиазм. Всегда ищите детали, которые вдохнут жизнь в сообщение. Новость мож­но передать по-разному. Однако существуют некоторые методы, «секре­ты» профессионального мастерства, которые могут помочь молодым жур­налистам.

На радио надо *рассказывать, а не читать.* Вы не вещаете для ши­рокой аудитории, а объясняете конкретному радиослушателю, что проис­ходит на свете. Как некогда метко сказал И.Л. Андронников: «писать — это не значит говорить при помощи бумаги. А говорить — не то же самое, что произносить вслух написанное. Это процессы глубоко различные между собой». Помните, что вы пишете для уха, а не для глаза. Всегда спрашивайте себя: «А я бы сказал так в разговоре с друзьями, близки­ми?»

А вот произнести текст нужно так, чтобы аудитория увидела сказанное словно воочию. Как это удивительно умела делать наш замечательный ра­диодиктор О.С. Высоцкая, по утверждению того же Ю.А. Летунова (см.: Летунов Ю.А. «Время. Люди. Микрофон». С. 26).

*Пользуйтесь простым разговорным языком.* Избегайте причастных оборотов: находящийся, встречающийся, происшедшие и т.д. — это прак­тически непроизносимые слова.

Первый абзац вашего сообщения должен быть коротким и энергич­ным, чтобы возбудить любопытство радиослушателя, который, возможно, слушает известия вполуха. Еще раз сошлемся на авторитетное мнение Ю.А. Летунова: «Репортерская привычка подсказывает, что в информа­ции успех решает «лид», который должен выпукло подать суть данного сообщения, вывести вперед главный факт, новость. Первая фраза должна захватить, заинтересовать, привлечь внимание и вызвать желание слу­шать сообщение дальше. По-разному строятся новости. Конечно, многое зависит от факта, но всегда привлекает слушателя элемент эмоциональ­ности, некий личностый оттенок, располагающий или призывающий к со­причастности с данным событием не только автора, но и того, кому пред­назначено сообщение».

Пишите проще, отказывайтесь от всяческих красивостей. Смысл со­общения легче понять из коротких фраз. Американские учебники журна­листики требуют, чтобы репортеры не употребляли больше 13 слов в од­ном предложении. Не будем заниматься дотошными подсчетами, но все­гда будем помнить девиз русского классика: «Краткость — сестра талан­та».

Сила радио в оперативности информации. Поэтому всегда, когда толь­ко возможно, пользуйтесь настоящим временем, чтобы слушатели вос­принимали событие, как «происходящее сейчас». Можно сказать «Город­ские власти приняли все меры для того, чтобы не было перебоев с горя­чей водой». Но лучше: «Городские власти принимают все меры...» Здесь, кроме прочего, есть еще и ощущение непрерывности процесса, что может быть залогом успешного решения проблемы.

Пользуйтесь точными понятиями («красный», «зеленый»), а не общи­ми («ярко окрашенный»), потому что это радио, а не телеэкран.

Пользуйтесь конкретными понятиями («дождь», «снег»), а не абст­рактными («непогода»).

Пользуйтесь простыми словами («начал», «закончил», «сказал»), а не претенциозными («приступил», «завершил», «провозгласил»).

Не выражайтесь чересчур эмоционально, не злоупотребляйте драма­тическими словами («поразительный», «великолепный», «уму непости­жимый»).

Отказывайтесь от ненужных слов, сокращайте все, что можно сокра­тить без ущерба для смысла сообщения.

Избегайте профессионального жаргона. Следите за тем, чтобы не обидеть тех, о ком рассказываете (инвалида нельзя назвать калекой). Ес­ли сомневаетесь, справьтесь со словарем.

Избегайте преувеличений. Зачем говорить «В партии произошел рас­кол», если на самом деле всего несколько человек не согласились с об­щим мнением? Нельзя путать множественное число с единственным, рас­сказывая о конкретном факте. К примеру, антисемитские высказывания члена думской фракции КПРФ А. Макашова кто-то из журналистов мог бы интерпретировать так: «Члены думской фракции КПРФ выступили с антисемитскими заявлениями», что, безусловно, не соответствовало бы действительности.

Никогда не начинайте сообщение с прямой речи. «Я считаю, что пре­зидент должен уйти в отставку, — заявил лидер оппозиции». Прежде, чем диктор произнесет ссылку на источник, слушатель успеет подумать, что таково мнение диктора и радиостанции, на которой тот работает. Точно так же нельзя начинать сообщение со спорных утверждений без ссылки на источник. «Имярек не имеет шансов быть избранным на очередной срок. Таковы результаты социологического исследования, проведенного Фондом «Общественное мнение». Предпочтительнее вариант: «Согласно социологическому исследованию Фонда «Общественное мнение», имярек имеет небольшие шансы на переизбрание».

Обязательными требованиями к новостям можно считать:

*Точность.* Вы должны проверить каждый упоминаемый факт, да­ту, имя. Неточностям в выпусках новостей не должно быть места. Не­ряшливость здесь — синоним непрофессионализма.

*Непредвзятость.* В новостных программах должны найти от­ражение все точки зрения. Люди, подвергнувшиеся критике, имеют право на ответ. Разумеется, баланс мнений не может быть соблюден в каждом конкретном выпуске, но в течение более продолжительного времени это обязательно. Как представляется, за этим следят, пытаясь соблюдать ба­ланс мнений, в службе информации «Эхо Москвы».

*Чувство меры, такт.* Избегайте деталей, которые могут вывести из равновесия ваших слушателей. Конечно, в жизни бывает вся­кое. Но вы должны помнить, что радиослушатель во время передачи мо­жет быть «не настроен на эту волну».

*Тон.* Ясность и краткость изложения не должна восприниматься как снисходительное отношение к возможностям слушателей воспринять бо­лее сложный материал. Уважительное отношение к аудитории — норма.

*Комментарии.* Избегайте комментировать новости — это задача других авторов и других программ. Репортер должен объективно сооб­щить, что, где, когда произошло.

Голос. Не надо форсировать звук — микрофон все «слышит». Учи­тесь говорить так, чтобы дыхания не было слышно (как часто у неопыт­ных репортеров вдох превращается в такое «завывание ветра», что ника­кая «ветрозащита» — поролоновый колпачок на микрофоне — не спасает от звуковой помехи!). Необычные модуляции могут озадачить или рас­смешить. Говорите ровно, однако монотонность такой же грех, как и «пе­ние» текста.

*Произношение.* Под рукой у вас всегда должны быть словари, например, словарь для работников радио и телевидения. Нередко воз­никают трудности в произношении иностранных имен. Если вы не увере­ны в произношении, сделайте вдох и говорите как ни в чем ни бывало: в конце концов, немногие слушатели осведомлены об этом лучше вас...

*Исправления.* При необходимости исправить допущенную ошиб­ку, оговорку, следует сразу же извиниться и продолжать читать новости ровным, спокойным тоном. Ничего страшного не произошло: каждый мо­жет ошибиться, иногда оговорка даже привлекает дополнительное внима­ние и способствует повышению интереса слушателей.

**Глава третья.**

**Работа радиожурналиста в экстремальных условиях**

К экстремальным условиям работы радиорепортера следует отнести освещение боевых действий, природных катаклизмов и стихийных бедст­вий (извержения вулканов, наводнения, снежные завалы и т.д.), а также чрезвычайных происшествий (пожары, транспортные катастрофы, кри­минал и пр.).

Считается, что здесь радиожурналисты находятся в более благополуч­ном положении по сравнению с телерепортерами, которым, чтобы показать событие, надо находиться в самой его гуще. Конечно, теоретически, радиожурналист может записать свой репортаж в спокойных условиях, для достоверности «украсив» его соответствующим шумовым оформлени­ем. Но, скорее всего, слушатель почувствует фальшь, подделку, ибо ис­кренний тон репортажа, внутреннее волнение, наконец, голоса настоя­щих участников событий и натуральный звуковой фон пожелать почти невозможно. Да и не стоит, и не только по этическим соображениям. Журналист не создает и даже не воссоздает событие, но освещает его, включает аудиторию в происходящее. А если учесть, что во всех экстре­мальных случаях речь идет о человеческой трагедии, то как же можно здесь опускаться до каких угодно мастерских уловок и фальсификаций?

Самой страшной и самой трагической в журналистике является воен­ная тематика. И то, что в современном мире речь вдет только о локальных военных конфликтах, ничего не меняет: во всех «горячих точках» гибнут люди, а каждая оборванная жизнь неповторима и невосполнима. К смер­ти, к боли, к крови привыкнуть невозможно. При освещении боевых дей­ствий не может быть спокойного, беспристрастного повествования. А чтобы рассказать о человеческой беде, ее надо почувствовать всеми фиб­рами своей души. Чтобы правдиво рассказать о военном конфликте, надо, по возможности, побывать в его эпицентре. Но в то же время неуместны и даже преступны со стороны журналистов бездумная храбрость, игнори­рование разумных требований и предостережений со стороны офицеров пресс-службы той или иной воинской части. Вы не имеете права риско­вать собственной жизнью, не имеете права увеличивать список жертв во­енного конфликта. К сожалению, слишком велик мартиролог имен наших коллег, погибших, ставших заложниками при выполнении служебных обя­занностей в «горячих точках» планеты.

Здесь следует напомнить, по крайней мере, одно незыблемое правило: находясь в зоне боевых действий, никогда ни при каких условиях не бери­те в руки оружие! Вы — журналисты, ваше оружие — микрофон, камера, карандаш и бумага. Известен случай, когда во время югославского конф­ликта репортер взял себе на память в качестве сувенира чеку от гранаты. При обыске на контрольно-пропускном пункте это едва не стоило жизни легкомысленному любителю нестандартных сувениров.

Работая в «горячих точках», вы должны помнить и более «прозаичес­кие» вещи: в наше время подавляющее большинство конфликтов проис­текает на почве этнических проблем. Способ их освещения всегда вызы­вает множество вопросов. Мировая практика радиожурналистики знает четыре подхода к данной проблеме.

Первый исходит из того, что если конфликт не освещать вовсе, то он сам по себе погаснет. Такой подход к борьбе Ирландской республикан­ской армии избрала английский премьер-министр Маргарет Тэтчер.

Точно так же пыталась поступать российская власть в начале чечен­ской войны. Но ведь нельзя заставить прессу не сообщать о террористи­ческих актах, о захвате заложников. Однако в этом случае происходит мо­билизация общественного мнения против одной из противоборствующих сторон. Это второй способ освещения межнациональных конфликтов, и он тоже не годится.

Третий подход предполагает присутствие в эфире двух (или более) конфликтующих сторон, но есть опасность, что сторона, обладающая вла­стью, будет представлена как «более правая». (Впрочем, мы знаем и другой пример: цензурные рогатки со стороны командования российской армии привели к тому, что, по крайней мере, в начале чеченской войны вся российская пресса вольно или невольно выступала с «прочеченских» позиций.)

Четвертый подход ориентирован на создание ясной и сбалансиро­ванной картины «локального конфликта», его истоков и возможных пу­тей разрешения. Это самый трудный путь, требующий предельной объек­тивности и, если угодно, филигранного профессионального мастерства.

Часто можно услышать, что тот или иной конфликт застал нас врасплох. В этих случаях, скорее всего, пресса не заметила ситуации, при которой одна часть общества (национальное меньшинство) вступила в противоре­чие с другой. Опережающее освещение проблемы, возможно, помогло бы разрешить ее в рамках закона.

Циничным можно назвать мнение о том, что любой конфликт в конце концов будет забыт или вытеснен с газетных полос, из радиопрограмм другим конфликтом. Мы не имеем права привыкать к тому, что несет горе людям, не имеем права сообщать об этом как об обыденном явлении на­шей жизни.

При освещении этнических конфликтов надо очень строго относиться к каждому слову, определению. Американские журналисты никогда не ска­жут «черный» (эвфемизм: «темнокожий»), а мы где надо и где не надо поминаем «лиц кавказской национальности»!

На всех радиостанциях существует твердое правило: к освещению бое­вых действий, этнических конфликтов привлекаются специально подго­товленные журналисты. А вот освещать чрезвычайные происшествия приходится практически всем. Невозможно запланировать ЧП и заблаго­временно послать к месту происшествия репортеров. Получив сообщение о пожаре, взрыве бомбы, захвате заложников, прежде всего, надо как можно скорее добраться до места происшествия. Если потребуется про­должительный репортаж в прямом эфире, станция вьвделяет радиоавто­мобиль, договаривается о пропуске и разрешении на парковку. На редак­ционных летучках приходится слышать жалобы на то, что шофер отказал­ся остановить автомобиль в неположенном месте, под запрещающим зна­ком, и поэтому эфирный материал оказался неполноценным. Что ж, води­теля тоже можно понять, но проблема решается при своевременном кон­такте с дорожной инспекцией.

Репортеру важно знать, когда и какого рода материал ждут от него в редакции. Самый эффектный звуковой фрагмент теряет свою ценность, если опаздывает ко времени выхода в эфир. Поэтому важно постоянно находиться на связи с выпускающим редактором. При отсутствии теле­фонной связи, редакция передает необходимые указания на пейджер ре­портера.

Прибыв на место происшествия, оцените обстановку. Сразу же свя­житесь с присутствующими здесь представителями правоохранительных органов (во время продолжительных ЧП — пожаров, захвате заложников — на месте происшествия присутствуют офицеры пресс-служб пожарной охраны, МВД, ФСБ, в контакте с ними вам и следует работать).

Наговорите и запишите на портативный магнитофон свои первые впе­чатления. Затем запишите звуковой фон, который потом можно будет на­ложить на дикторский текст. Эта запись должна занять минимум 2 мину­ты, но может быть дольше, если вы слышите взрывы, вой сирен и другие характерные шумы.

В толпе любопытных постарайтесь найти свидетелей происшествия, которые могут доходчиво или эмоционально рассказать о нем. Не забудь­те попросить очевидца назвать себя или сами занесите в блокнот его имя. Однако не спешите использовать данную запись, прежде проверьте дос­товерность сказанного. Всегда помните слова: «Никто так не ошибается, как очевидцы», что происходит отнюдь не по злому умыслу последних.

Не следует мешать аварийным службам делать свое важное дело. Не злоупотребляйте «убийственным», на ваш взгляд, аргументом: «Вы вы­полняете свои обязанности, а я свои!» Попытайтесь расспросить пожар­ного или милиционера, не занятого в этот момент работой.Есть смысл пообщаться с другими репортерами, освещающими собы­тие, обменяться с коллегами официальной информацией с тем, чтобы все СМИ представили дело с одинаковых позиций. Конечно, если вы стали обладателем эксклюзивной информации, то это ваша удача и делиться ею не следует. Точно так же оценка фактов, их комментарий — сугубо инди­видуальное дело каждого журналиста.

Хорошо, если радиослушатели услышат ваш первый репортаж, как только вы окажетесь на месте драматического события. Для этого можно воспользоваться мобильным телефоном, но, к сожалению, отечественная телефонная связь такова, что переданные таким образом материалы на профессиональном жаргоне вполне справедливо называют «хрипушками». Значительно лучше качество звука обеспечит специальный радиоав­томобиль с УКВ-передатчиком.

Если происходит что-то очень важное, передавайте или записывайте свой репортаж экспромтом. В других случаях делайте пометки в блокноте, но так, чтобы потом вы смогли разобрать собственный почерк.Если рассказ о событии включают в прямой эфир, внимательно вслу­шивайтесь в вопросы, которые задает ведущий. Если чего-то не знаете, не пытайтесь домысливать, фантазировать — честный ответ всегда лучше.

Возвратившись в редакцию, получите записи всех ваших сообщений с места происшествия. Если речь идет о заслуживающем внимания собы­тии, вам понадобится наговорить еще один или несколько материалов, которые должны существенно отличаться от предыдущих по уровню ос­мысления, чистоте обработки. Здесь важно прослушать все записи, чтобы отобрать наиболее интересные звуковые фрагменты. Теперь у вас есть возможность спокойно написать сценарий, смонтировать «пакет», вклю­чая собственный текст. Не следует включать те фрагменты, которые мо­гут устареть ко времени выхода в эфир. Помните: чем больше радиослу­шателей почувствует себя участником события, тем лучше.

Сообщив аудитории важную новость, не давайте ей скоро забыться, по возможности держите слушателей в курсе событий.

**Глава четвертая.**

**Некоторые советы по подготовке тематических радиопрограмм**

Жанрово-тематические особенности программ большинства радио­станций определяются ориентацией на группы населения, дифференци­рованные по возрастному, социально-экономическому или этническому признаку. Обычно радиослушатели не задумываются, к какому профилю относится любимая.станция. Но для радиожурналистов — это исходный вопрос их творчества.

Могут существовать (и уже существуют в России) десятки радиостан­ций различных профилей, но все они относятся к одной из трех основных категорий: музыкальные, информационные или специализированные.

Станции **музыкального** профиля наиболее распространены среди ком­мерческих радиостанций. Существует множество вариантов таких стан­ций, ориентированных на различные возрастные группы и отдающих пред­почтение тому или иному музыкальному стилю в своих программах (рет­ро, джаз, классический рок, кантри, классическая музыка, современные хиты и т.д.).

Среди **информационных** станций, кроме чисто новостных, на Западе широкое распространение получили станции, ориентирующиеся только на выпуск в эфир всевозможных ток-шоу. Последние передают различ­ного рода интервью с привлечением слушателей, звонящих по телефону либо прямо в эфир, либо попадая в своеобразное «сито» редакционных работников, отбирающих наиболее интересные вопросы, реплики, пред­ложения. Подобный прием работы весьма популярен на российских, по преимуществу, молодежной ориентации, коммерческих станциях, однако, пожалуй, ни одна из них не специализируется исключительно на ток-шоу.

**Специализированные станции** ориентированы на этнические, рели­гиозные группы или группы слушателей, объединенные, как принято го­ворить, по интересам (автомобилисты, спортивные болельщики и т.д.)

Разумеется, множество российских радиостанций работают по **сме­шанному** признаку: информационно-музыкальный «Маяк», использую­щее все тематические профили «Эхо Москвы» и т.д.

Определение профиля станции является первым решающим шагом для разработки стратегии подготовки программ, организации работы все­го коллектива и каждого журналиста в отдельности.

Наиболее популярные музыкальные станции уже заняли свою нишу на существующем радиорынке. Практически все однотипные станции рабо­тают с одним и тем же музыкальным материалом. Хорошо подобранный репертуар и частота повторений отдельных записей вполне могут при­влечь внимание слушателей. Для определения оптимальных параметров этих простых, на первый взгляд, «инструментов» в работе радиожурнали­стов музыкальных редакций используются телефонные или групповые опросы слушателей, создаются вполне научные базы данных. Все более в практику музыкальных станций входят компьютеры для определения ра­циональной частоты повторений записей тех или иных музыкальных но­меров.

Один из «секретов» популярности музыкальной радиостанции — удач­ный подбор дикторов-ведущих, работающих в прямом эфире. Чаще их на­зывают «диск-жокеями» или «ди-джеями». Их основные обязанности:

представление радиослушателям музыкальных записей и программ, зачитывание рекламных текстов и программных объявлений, включая сводки погоды и условия движения на дорогах. Нередко дикторы-ведущие могут подменять музыкальных редакторов или готовить рекламные и другие объявления.

К примеру, молодежная радиостанция «106,8 РМ» неожиданно для всех ворвалась в число лидирующих, потеснив самое модное доселе радио «Максимум», признанного мэтра так называемой рейв-культуры. Конеч­но, в этом большую роль сыграло уточнение программной политики, от­каз от трансляции только клубной музыки «хаус», «техно», «транс», включение в программы современных хитов. Но к этому, безусловно, сле­дует добавить огромную популярность у молодых радиослушателей ди-джея Грува, певца, журналиста и просто талантливого человека.

При подготовке любых тематических программ мастерство радиожурналистов играет решающую роль в достижении успеха. Как справедливо пишет Ю.А. Летунов, «слово «мастерство» употребляется в двух значе­ниях, во-первых, как ремесло, профессиональная выучка, во-вторых, как исключительное умение, высокое искусство в какой-нибудь области. Дос­тигнуть высокого искусства невозможно без овладения основами ремес­ла».

Во время работы в прямом эфире мастерство радиожурналиста на ви­ду, или, если хотите, на слуху, у всех. Так же, как и в работе ди-джеев, это особенно наглядно проявляется в спортивной радиожурналистике, не ме­нее популярной у значительной части аудитории, чем музыкальные про­граммы.

Ведущий жанр спортивной журналистики — репортаж со спортивного состязания, имеющий богатейшие традиции в отечественном радиовеща­нии. Он представлен именами таких замечательных мастеров как Вадим Синявский, Ян Спарре, Николай Озеров, Владимир Маслаченко и других.

Суть **спортивного репортажа** — описание непосредственно происхо­дящего на месте события. Однако спортивный репортер должен уметь до­полнить свой рассказ другой информацией. Если говорить, например, о футболе, безусловно, самом рейтинговом виде спорта, то происходящее на игровом поле дает прекрасную возможность для органичного соедине­ния двух основных элементов репортажа: описания и дополнительной ин­формации.

Слушателям мало знать, на какой половине поля в данную минуту на­ходится мяч, кто кому его отпасовал и куда бежит такой-то полузащитник. Поскольку радиоаудитория не видит происходящего, ей надо сообщить, сколько человек на стадионе, каковы погодные условия, можно расска­зать, какое место занимают команды в турнирной таблице и как скажется результат матча в последующем. В то же время «репортаж — не нанизы­вание статистических данных», не средство демонстрации спортивной эру­диции комментатора. Журналист обязан дать возможность слушателям сопережить все перипетии матча.

Во время репортажа спортивный комментатор не имеет права демон­стрировать собственные симпатии и антипатии. Он должен помнить, что среди слушателей есть приверженцы и той, и другой команды, и тех, и других спортсменов. Даже если приходится рассказывать о международ­ных соревнованиях, когда практически вся аудитория переживает за свою национальную команду, за отечественных спортсменов, следует сохранять объективность в оценке выступлений. То, что в этом случае радиожурна­лист явно желает успеха своим соотечественникам, вполне естественно.

В спортивном репортаже атмосфера соревнований говорит подчас не меньше, чем самый квалифицированный комментарий. Когда гул трибун бывает выразительнее слов, комментатор должен сделать паузу. Резкий свисток судьи, возмущение болельщиков или, наоборот, напряженная тишина на спортивной площадке — все это дополнительные средства вы­разительности, которыми нельзя пренебрегать.

Проблема языка и стиля, пожалуй, нигде не стоит так остро, как в спортивном репортаже. Для спортивного комментатора не подходит че­ресчур эмоциональный язык болельщиков. В то же время опасно зло­употребление специфическим спортивным жаргоном. К сожалению, ни­где клише и языковые штампы не процветают так, как в спортивных ре­портажах, свидетельством чему служит повседневная практика радио, те­левидения и спортивных газет. Такие простые слова, как «победа», «по­ражение», «счет» начинают казаться пресными, и комментаторы ищут им витиеватые синонимы. Случается, кому-то удается найти удачное выра­жение, но коллеги тут же подхватывают его и используют до тех пор, пока оно не утратит яркости.

Постоянно возрастает поток однообразных вопросов и заранее гото­вых ответов спортсменов и тренеров в раздевалках, перед соревнования­ми и после них.

Спортивные комментаторы (и не только на радио) злоупотребляют во­енной лексикой: «Ребята на линии фронта стояли насмерть, проявляя стойкость и мужество», «Команда оказывает отпор противнику», «Фор­вард заходит в тыл неприятелю»... Попутно заметим, что политические обозреватели, в свою очередь, нередко используют спортивную термино­логию: «Выборы — заезд с большим числом участников», «Лидер заезда спотыкается в первом туре выборов», «Темная лошадка .приходит к фи­нишу первой», «Борьба на партийном съезде будет острой до самого кон­ца»...

Да, конечно, вести прямой репортаж чрезвычайно трудно. Тут и не­предсказуемость происходящего, и высокий темп действия и, соответст­венно, речи комментатора, и вполне естественное волнение. Как писал известный радиожурналист Ю. Гальперин, «у микрофона волнуется каж­дый нормальный человек, даже комментатор, только он умеет сдержи­вать, прятать свое волнение. Поводов же у него для таких переживаний более чем достаточно...»

Комментатору, и не только спортивному, требуется знание професси­ональных тонкостей, постоянное совершенствование мастерства, регуляр­ное прослушивание репортажей, включая свои собственные. Начинаю­щему репортеру следует иногда сопровождать своего старшего, более опытного коллегу, может быть, параллельно с ним наговаривать репор­таж на диктофон, чтобы потом сравнить две пленки. Но ни в коем случае не следует пытаться копировать удачные находки мастера, подражать его интонациям, использовать чужие слова и выражения. Не забывайте: ко­пии всегда хуже оригинала.

Следует учитывать и тот факт, что при прямой трансляции соревнова­ний некоторые болельщики одновременно слушают радиорепортаж (в отечественной практике часты случаи совмещения, когда радиоаудиторию подключают к телевизионному звуку). В этом случае не миновать упреков тому комментатору, который слишком часто позволяет себе всевозмож­ные, пусть даже интересные, отступления, опаздывая за драматическими событиями, происходящими на спортивной арене. Добавим к этому, что и на трибунах немало болельщиков не выпускают из рук маленькие транзи­сторные радиоприемники.

Вот что советуют опытные радиожурналисты начинающим репорте­рам:

Серьезно готовьтесь к репортажу, продумывая, что вы хотите сказать и к а к вы собираетесь это сделать. Заранее планируйте, как передать ат­мосферу события, органично соединив его звуковую канву с вашим рас­сказом.

Заблаговременная подготовка придаст вам уверенности во время ре­портажа. Однако не следует пользоваться написанным текстом (устная речь существенно отличается от письменной). Домашние заготовки дер­жите в голове, в крайнем случае, в комментаторскую кабину берите с со­бой только тезисы.

Не бойтесь пауз в репортаже, иногда они много выразительнее много­словных описаний.

Описывайте происходящее так, чтобы слушатель увидел событие ва­шими глазами. Удачные сравнения вызовут у слушателей нужные ассо­циации. Помогите слушателям сопереживать происходящему. Для этого комментатору самому надо неравнодушно относиться к действию, умело добиваясь живости репортажа.

Опытный комментатор постоянно варьирует описание: то деталь круп­ным планом, то общий план игровой площадки. Не кричите в микрофон, не форсируйте голос. Приблизьтесь к микрофону или выберите такое ме­сто, где шум болельщиков не помешает радиослушателям комфортно воспринимать ваш рассказ. По возможности включите микрофон в нача­ле репортажа и выключите его в конце. Многократные включения и вы­ключения мешают естественному течению репортажа и его последующе­му монтажу, если в этом появится необходимость.

Если спортивный репортаж имеет большие и славные традиции в оте­чественной радиожурналистике, то **освещение предвыборной борьбы** в условиях политического плюрализма, демократии, многопартийности — новая сфера деятельности российских средств массовой информации. Ос­воение опыта общественно-правового телевидения и радиовещания раз­витых стран, традиций гражданского общества — один из путей достиже­ния оптимальных результатов в этом важнейшем разделе вещания. Мо­жет быть, одна из наиболее очевидных трудностей здесь — соблюдение журналистской беспристрастности, максимальной объективности, без ко­торых невозможны подлинно демократические выборы.

При обсуждении вопроса о связи СМИ и выборов существуют три группы интересов, подчас вступающих в серьезные противоречия друг с другом: 1) стремление кандидата получить канал массовой связи с изби­рателями (в нашем случае, с радиослушателями); 2) интересы средств массовой информации со специфически журналистскими особенностями самовыражения; 3) интересы общественности (электората), нуждающей­ся в получении максимально полной информации, необходимой для уча­стия в выборах.

Как совместить эти интересы? Могут ли чьи-то интересы превалиро­вать, и если да, то каким образом?

Государственные СМИ освещают предвыборную кампанию в соответ­ствии с инструкцией Центризбиркома, бесплатно предоставляя всем кан­дидатам одинаковое эфирное время. Независимые СМИ в принципе мо­гут поступать в соответствии с вещательной политикой данного конкрет­ного органа информации, однако и в этом случае следует стремиться к максимальной объективности, заботясь об авторитете и престиже стан­ции.

В новостных радиопрограммах невозможно применять аптекарские весы, чтобы с математической точностью выверить равные возможности кандидатов на эфир. Если кандидат — должностное лицо высокого ранга, участвующее в официальном, обязательном или хотя бы желательном для освещения мероприятии, то такой материал нельзя считать предвыборной агитацией, хотя объективно он работает на имидж кандидата.

В российских условиях на первом этапе обычно весьма значительное число кандидатов на ту или иную выборную должность. Можно ли всем предоставить одинаковое количество бесплатного эфирного времени, учитывая, что последнее все-таки небезгранично? Как быть с платной рекламой, когда в бюджет станции предлагаются весьма солидные сред­ства? Все это непростые вопросы, окончательное решение которых впе­реди, если оно в принципе возможно.

Важный момент избирательной кампании — *предвыборные деба­ты,* которые всегда проходят в прямом эфире. Роль журналиста-веду­щего здесь чрезвычайно сложна и ответственна. С одной стороны, он не имеет права на какую бы то ни было пристрастность к одному участнику дебатов в ущерб другим. С другой стороны, если радиоведущий самоуст­ранится, в проигрыше окажутся не только радиослушатели, но и участни­ки дебатов. Представляя интересы аудитории, электората, общества, жур­налист должен действовать крайне осторожно, взвешенно, спокойно и продуманно. В радиодебатах обычно задействованы самые опытные ра­ботники станции, обладающие высочайшим профессиональным мастер­ством.

Можно посоветовать также поощрять участие слушателей, повышать их интерес, используя для этого звонки на радиостанцию, приглашение в студию для участия в прямой радиопредаче. Однако здесь есть опасность пустой траты дорогого эфирного времени, если неподготовленным изби­рателям дать возможность задавать тривиальные или даже не касающие­ся существа дела вопросы.

Наконец, платная политическая реклама может содержать, как мини­мум, нереальные, невыполнимые обещания или, что значительно хуже, откровенную дезинформацию. От такой рекламы лучше отказаться, какие бы материальные блага она не сулила станции. Если же все-таки дезин­формация попала в эфир, у журналистов есть возможность достойным об­разом ее прокомментировать, и рекламодатель здесь не вправе предъяв­лять претензии.

Освещение избирательной кампании в какой-то мере сопоставимо с работой радиожуналистов в экстремальных условиях. Пока российские условия представляют журналистам достаточно возможностей для отта­чивания своего мастерства, ибо выборы различного уровня проходят у нас с завидной регулярностью. Но деятельность специализированных и смешанных радиостанций состоит не только из предвыборных дебатов. Поэтому рекомендуем некоторые советы по подготовке других тематических радиопрограмм, большинство из которых не требуют прямого эфира. Они готовятся в более спокойных условиях, обычно записываются на магнит­ную пленку, тщательно монтируются, широко используют разнообразную звуковую палитру изобразительно-выразительных средств радио.

В начале скажем несколько слов о жанрах, которые широко исполь­зуются не только в новостных программах, но могут существовать и в ви­де самостоятельных передач.

*Комментарий* облегчает слушателям выработку собственного мне­ния об актуальных событиях или проблемах. Он не может быть абсо­лютно объективным, так как передает суждения автора. Субъективный текст комментария требует, чтобы его читал сам журналист, соответст­венно, тон здесь эмоциональный, выразительный, темпераментный. Ком­ментатор должен убедить слушателей, и сделать это можно не только бла­годаря железной логике аргументов, но и доказательной манерой разго­вора, особыми интонациями рассказчика.

Однако помните, что в комментарии полемический тон не может воз­местить нехватку знания предмета. Хотя вполне рациональный подход к проблеме не исключает страстной позиции по защите демократических ценностей, высокой морали в частной жизни, общественной деятельности и в политической борьбе.

Если интервью становится не частью информационной программы, а самостоятельной радиопередачей, то в этом случае аудитории предлага­ется не результат журналистской работы, а сам ее процесс.

Напечатанный в газете перечень вопросов и ответов не дает всей ин­формации, которую можно получить при помощи акустических средств: тембра голоса, высоты звука, дикции, различных шумовых эффектов, па­уз и т.д. Что было сказано, можно прочитать, но сколько дополнитель­ной информации несет то, к а к это было сказано! Телевидение добавляет к этому видеоряд, еще более увеличивая акцент на том, как говорится, что нередко ведет к переносу значения с высказывания на высказываю­щегося. Следовательно, можно предположить, что именно радиоинтервью максимально раскрывает возможности этого широко распространенного общежурналистского жанра.

Но радиожурналисту всегда надо помнить, что интервьюируемый — главное лицо передачи, а он, журналист, лишь посредник между аудито­рией и человеком у микрофона. Часто журналисту хочется вмешаться в ответ, дополнить его, что-то уточнить, прокомментировать, сообщить соб­ственное мнение. Это допустимо, более того, желательно, но в передачах других жанров — беседе или дискуссии, где собеседники равноправны. В радиоинтервью опытный журналист успешно использует определенное самоограничение для достижения более важной задачи — максимального самораскрытия интервьюируемого лица и, стало быть, успеха всей пере­дачи.

Ход интервью журналист планирует заранее. Продумывается стратегия достижения цели, последовательность вопросов. Весь ход беседы мыслен­но моделируется, разумеется, с учетом того, что жизнь непременно внесет свои коррективы. И все же порассуждайте, какой ответ может последо­вать на такой-то вопрос? Как реагировать, если ответ будет уклончивым:

переспросить или переходить к следующему вопросу?

Существует ли схема вопросов на все типы интервью? Конечно, нет. Но специалисты советуют в первом вопросе оставлять широкий простор для ответа, а в последующих сужать тематику, чтобы углубить и уточнить информацию, осветить отдельные аспекты темы. Здесь уместен принцип — идти от общего к частному.

Необязательно задавать много вопросов. Вспомните совет Дейла Карнеги: «Побудите другого человека говорить о его интересах, о его делах. Слушайте внимательно, и вы доставите людям удовольствие. Вас сочтут хорошим собеседником, даже если вы говорили очень мало».

Для интервью эмоциональная атмосфера подчас не менее важна, чем содержание беседы. А следовательно, невербальная коммуникация — существенная часть радиоинтервью. Заинтересованный взгляд журналиста побуждает к продолжению разговора. Складки на лбу или скептическое выражение лица предупреждают, что сейчас последует критический вопрос. Нетерпеливо-настойчивым жестом репортер показывает, что хочет задать очередной вопрос, прервать затянувшиеся рассуждения собесед­ника.

В свою очередь жесты, выражение лица, манера поведения интервью­ируемого подскажут внимательному интервьюеру смущение собеседника, его нервозность, раздражительность, которые должны быть нейтрализо­ваны, развеяны. Если интервью включает неприятные для вашего гостя моменты, вы можете воспользоваться такой невербальной информацией для дальнейшего обострения беседы. Но не относитесь к интервьюируе­мому как к противнику, какую бы «жесткую» тему вы ни обсуждали. Де­ликатность, корректность, умелое использование эвфемизмов обязатель­ны в любом случае. Вы работаете для радиослушателей, а не для того, чтобы «выставить» опрашиваемого в негативном или позитивном свете. Если вы не получили исчерпывающих, интересных ответов, не спешите валить неудачу на собеседника, сначала спросите себя: а правильно ли я построил интервью, те ли вопросы задавал, вел ли себя, как следует?

Разновидностью интервью являются **радиоопросы** — краткие индиви­дуальные высказывания людей, отвечающих либо репортерам на улицах города, в других общественных местах, либо по телефону. Анонимность таких ответов нередко приводит к поразительной откровенности. И хотя радиоопросы редко бывают репрезентативны, они подчас точнее любых социологических исследований отражают общественное мнение по тем или иным актуальным проблемам.

Обычно для передачи необходимо записать не менее 20 ответов. По­следующее будет зависеть от грамотного монтажа: здесь важны контраст­ность голосов и содержания ответов. Правда, при монтаже велика опас­ность манипулирования, что в сочетании с социологической непрезентативностью приводит к тому, что этот жанр чаще используют как развле­кательный элемент вещания.

Иногда телефонные опросы используют во время передачи для того, чтобы узнать реакцию слушателей на полученную информацию. Это — одна из форм мгновенной обратной связи, своеобразная разновидность социального общения станции и аудитории, журналиста и его слушате­лей, а также слушателей между собой.

Радио — непревзойденное по оперативности средство информации. Некоторый недостаток аналитичности легко восполняется таким популяр­ным элементом вещания, как **обзоры печати.** А если учесть, что такие об­зоры нередко предлагают слушателям в вечернем и ночном эфире, сообщая о публикациях *завтрашних* газет, то в этом случае и фирменная оперативность радиовещания ничуть не страдает.

Задача обзора печати состоит в том, чтобы дать всесторонний спектр мнении, привлечь внимание аудитории к наиболее важным или наиболее интересным проблемам. Основу обзора печати составляют цитаты, кото­рые следует давать по оригинальному газетному тексту, а не в изложении. Когда речь идет о зарубежной прессе, следует указывать политическое направление газеты, поскольку не все слушатели знакомы с иностранной печатью, а отношение к сказанному существенно зависит от того, чье это мнение: коммунистов, либералов или клерикалов.

Составляя обзор печати, журналист стремится дать широкий спектр мнений, используя значительное количество разнообразных периодиче­ских изданий. В любом случае, по каждой из актуальных проблем жела­тельно привести несколько цитат.

Обзор печати — одна из распространенных разновидностей **обзорных передач,** тематических программ, использующих все или почти все ра­диожанры для подробного изложения проблем, событий, фактов и мне­ний, относящихся к тому или иному разделу вещания. **Обозрения** могут быть и информационно-публицистическими, и музыкальными, и театраль­ными и т.п. Учитывая достаточно продолжительный хронометраж этих передач, журналист-ведущий особое внимание уделяет «мостикам-связ­кам» между отдельными частями программы, добиваясь у зрителей цело­стного восприятия ее.

В большинстве своем здесь используется предварительная запись, по крайней мере, составных частей обозрения-репортажей, комментариев, заметок и т.д. Каждая из них тщательно монтируется. Только текст веду­щего и прямые включения могут идти в эфир «живьем», при этом веду­щий имеет достаточно возможностей заранее не только написать свой текст, но и отредактировать и даже отрепетировать его.

**У радиожурналов,** ставших популярными где-то в начале 60-х годов, сходный принцип построения. Здесь, как правило, чередуются речевые и развлекательные музыкальные материалы. В основу создания радиожур­нала должен быть положен принцип долгосрочного планирования. Успех во многом зависит от выбора ведущего. Точных инструкций, как вести ра­диожурнал, не существует, все зависит от индивидуальности журналиста-ведущего. Однако понятно, что сколь угодно блестящий ведущий не спа­сет радиожурнал, «странички» которого скучны, неактуальны, слабы в профессиональном смысле.

Любой материал для радиожурнала должен обладать глубиной рас­крытия темы, увлекательной композицией. Хорошо зарекомендовал себя опыт старейшего нашего радиожурналиста Л. Маграчева, который пер­вым использовал прием накопления документальных записей, относя­щихся к одному человеку или событию.

Высочайшего профессионального мастерства требует любое общение радиожурналиста с людьми. Бытует представление о репортере как о не­ряшливом, плохо воспитанном человеке, требующем дать интервью, но всегда готовым к тому, что перед ним захлопнут дверь. Это не так. Радиорепортер всегда аккуратно одет и тщательно выбрит. Отправляясь на ра­боту, он не знает, куда его сегодня направят: может быть, брать интервью у премьер-министра. Радиорепортер настойчив, но предельно вежлив и корректен. Он никогда не обманывает. В то же время у репортера должна присутствовать доля скепсиса: он не принимает услышанного за истину в последней инстанции, понимая, что за случайно сказанным словом может ничего не стоять либо скрываться ценная информация.

Журналистов часто упрекают за то, что они эксплуатируют человече­ские чувства, эмоции людей. Но в реальной жизни вы никого не заставите заговорить, если он сам этого не захочет. А уж если кто-то согласился от­ветить на ваши вопросы, профессиональный долг радиожурналиста — пе­редать все оттенки человеческих чувств: счастье спортсмена, поставив­шего рекорд, гнев человека, которого ограбили на улице, и пр.

Вопросы хорошо начинать такими словами как «кто», «что», «где», «почему», «когда», чтобы исключить односложные ответы. Беседовать с человеком можно практически в любом месте. Не ищите для этого «ти­хую комнату»: звуковой фон только оживит запись, хотя он не должен за­глушать голос говорящего. Не поддавайтесь искушению наложить на пленку звуковые эффекты, записанные в другом месте. (Анекдот о совет­ском радиовещании: аплодисменты отрезали от Райкина и приклеили к докладу Брежнева...)

Не надо подробно беседовать с человеком до записи: выговорившись заранее, интервьюируемый окажется немногословным перед микрофо­ном, хуже того, станет ссылаться на предварительную беседу, о которой слушателям неизвестно.

Если вы принимаете участие в работе **пресс-конференции,** пригла­шены на **брифинг,** помните, что радио имеет право на получение инфор­мации в не меньшей степени, чем телевидение и информационные агент­ства. При необходимости настаивайте на эксклюзивном интервью.

**Глава пятая.**

**Технические особенности работы радиожурналиста**

Радиостанции пользуются различными системами записи для хране­ния и воспроизведения в эфире аудиоматериалов. На смену аналоговому оборудованию с использованием бобинных магнитофонов постепенно приходит оборудование цифровой записи, где звук заносится на жесткий диск компьютера с последующим редактированием, хранением и воспро­изведением записи.

При **аналоговой системе записи** в качестве носителя используют пленку. На протяжении многих лет и зарубежное, и отечественное радио­вещание не знали альтернативы аналоговому оборудованию. **Бобинные магнитофоны** с катушками различного размера и различной скоростью протяжки использовались и как переносные, и как стационарные. **Кас­сетные магнитофоны** с катушками в пластмассовом корпусе, работаю­щие на более узкой пленке, чем бобинные, и с более медленной скоростью протяжки значительно увеличили продолжительность записи. Сначала это были бытовые, но потом появились и профессиональные модели (по преимуществу, портативные магнитофоны, удобные в репортерской рабо­те). Но поскольку узкая пленка кассетных магнитофонов затрудняет ре­дактирование, монтаж записей, их переписывают на бобинный магнито­фон.

**Цифровая система записи.** Аналоговые звуковые сигналы, преобра­зованные в цифровые, вошли в нашу жизнь с компакт-дисками. Распро­странение персональных компьютеров с огромным объемом памяти и бо­лее дешевой технологией фиксации звука революционизирует работу ра­диостанций. С каждым днем совершенствуются программы сжатия и раз­вертывания цифровых кодов разговорной речи и музыки. С этой целью используются *мини-диски,* допускающие запись продолжительностью более часа и включение на любом месте в любой нужный момент.

*Жесткий диск компьютера —* это студийная интерактивная систе­ма, позволяющая любому количеству пользователей независимо друг от друга работать с тем или иным аудиофрагментом, занесенным на диск как цифровая информация, причем любой работник станции может запускать и останавливать, редактировать, осуществлять необходимые манипуля­ции без всякого ущерба для качества записи.

*Портативный жесткий диск* в небольшом прочном корпусе — это новое поколение оборудования для выездной записи. Звук, записанный на диск в цифровой форме, может редактироваться на месте и передаваться на компьютер радиостанции по мобильному телефону.

Цифровая система записи существенно упрощает монтаж и редакти­рование по сравнению с аналоговым оборудованием, где требуются меха­нические приспособления и специальная склейка, не портящая головки магнитофона. При редактировании на компьютере звуковые колебания выводятся на дисплей в виде волнообразной дорожки. С помощью «мы­ши» можно выделить любой фрагмент, удалить или наложить любой звук, поменять местами фразы, отдельные слова, и все это ничуть не нарушает первоначальной записи.

Компьютерный монтаж открывает замечательные возможности для того, чтобы убрать посторонние звуки (например, покашливания), слиш­ком долгие паузы, оговорки, но менять смысл сказанного категорически нельзя.

В тех случаях, когда предстоит *трансляция с места события,* надо учитывать возможные технические трудности, например, объект находит­ся в низине, что исключает УКВ-связь со студией. В этом случае может быть использована обычная телефонная линия, безусловно, ведущая к по­терям качества звука (вспомните определение этого способа на профес­сиональном жаргоне: хрипушки), либо отправка репортажных записей на специальном транспорте, что, в свою очередь, лишает передачу сиюми­нутности.

В последние годы получила развитие безбумажная и безленточная технология подготовки радиопрограмм. Компьютерные системы обладают двумя чрезвычайно важными преимуществами, называемыми цифровым *универсальным редактором* и *усовершенствованным текстовым редактором.* Может показаться, что здесь роль журналиста сводится до минимума: дескать, информация сама по себе приходит на дисплеи ком­пьютеров и принтеры, автоматически обрабатывается и выдается в эфир. Однако настоящие новости добываются именно радиожурналистами.

Конечно, техническая революция меняет условия работы, требует иной квалификации. Тот же объем работы осуществляется меньшими силами. Компьютер все более вытесняет устаревшие методы магнитной записи. Развивается журналистика в электронных сетях, «виртуальные» средства информации. Переход на цифровую аппаратуру сулит дальнейшую миниа­тюризацию оборудования, что важно для технического оснащения выезд­ных радиорепортажей.

*90-е годы ознаменовались бурными переменами в составе собст­венников радиостанций не только в России. Процесс этот типичен для мирового радиовещания.*

*Коммерческое радио показало способность расширять аудито­рию слушателей и привлекать рекламодателей, а стало быть, рост числа радиостанций, особенно в регионах, будет продолжать­ся. Новым станциям, естественно, потребуются молодые способ­ные радиожурналисты.*

*Освоив опыт старшего поколения, им предстоит поднять на новый, более высокий уровень профессиональное мастерство радио­журналиста, человека с микрофоном, который первым сообщает соотечественникам обо всем наиболее важном, что произошло, происходит в мире сейчас, в эту минуту...*

**Рекомендованная литература**

**Основная**

*Гальперин Ю.М.* В эфире — слово. М.: Искусство, 1977. *Летунов Ю.А.* Время. Люди. Микрофон. М.: Искусство, 1974. Радиожурналистика: Учебник. М.: Изд-во МГУ, 2000. *Цвик ВЛ.* Введение в журналистику. М.: Изд-во МНЭПУ. 1997.

**Дополнительная**

Основы радиожурналистики: Учебник. М.: Изд-во МГУ. 1984. *Ружников В.Н.* Так начиналось... М.: Искусство, 1987. *Ярошенко В.Н.* Информационные жанры радиожурналистикн. М.: Искусство, 1976.

При подготовке книги использованы учебные пособия: *Цвик ВЛ.* Введение в журнали­стику. М., 1997; краткое изложение книги *Чэндлер П.* и *Харрисона С.* «Радиожурналисти­ка» (СПб., 1997), перевод — Аналитический отдел Дирекции информации ВГГРК; перевод с немецкого сборника «Радиожурналистика» (Мюнхен, 1986) — ИПК, 1991